

**RINGKASAN
PROYEK KEWIRAUSAHAAN USAHA KEDAI KOPI
ENGGAL SAE**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana



Disusun Oleh:

RADITYA ASFAR PRABATA

2120 31226

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI YKPN
YOGYAKARTA**

2024

LEMBAR PENGESAHAN

TUGAS AKHIR

PROYEK KEWIRAUSAHAAN
USAHA KEDAI KOPI ENGGAL, SAE

Dipersiapkan dan disusun oleh:

RADITYA ASFAR PRABATA

Nomor Induk Mahasiswa: 212031226

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada hari Kamis tanggal 16 Januari 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana Manajemen (S.M.)

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing

Henri Kusumawati, SE., M.Si.

Penguji

Noormulita P. Mandaru, SE., M.Sc.

Yogyakarta, 23 Januari 2025
Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
Ketua

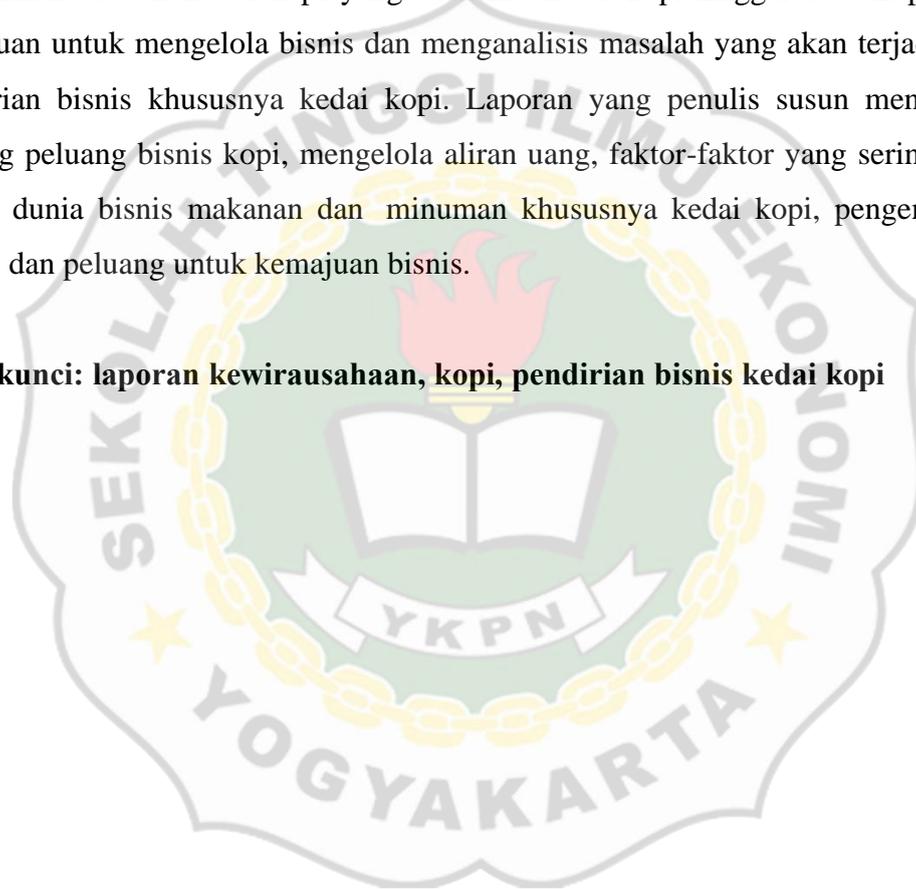
Wismu Prajogo, Dr., M.B.A.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRAK

Bisnis dibidang makanan dan minuman khususnya kopi merupakan bisnis yang menjanjikan mengingat bahwa budaya minum kopi di Indonesia masih sangat kental adanya. Masyarakat Indonesia yang suka mengkonsumsi kopi menjadikan kopi mempunyai peranan penting dalam perekonomian Indonesia. Pada praktik kewirausahaan ini penulis memulai proyek kewirausahaan pada tanggal 28 September 2024 dengan mendirikan sebuah kedai kopi yang bernama kedai kopi Enggal Sae. Laporan ini bertujuan untuk mengelola bisnis dan menganalisis masalah yang akan terjadi dalam pendirian bisnis khususnya kedai kopi. Laporan yang penulis susun mencakup tentang peluang bisnis kopi, mengelola aliran uang, faktor-faktor yang sering terjadi dalam dunia bisnis makanan dan minuman khususnya kedai kopi, pengembangan usaha, dan peluang untuk kemajuan bisnis.

Kata kunci: laporan kewirausahaan, kopi, pendirian bisnis kedai kopi



PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

PERKEMBANGAN INDUSTRI F&B

Industri makanan dan minuman (*Food and Beverage/F&B*) merupakan salah satu sektor usaha yang terus berkembang sejalan dengan pertumbuhan jumlah penduduk di Indonesia. Preferensi masyarakat yang cenderung memilih minuman siap saji telah menjadi salah satu faktor pendorong munculnya berbagai perusahaan baru dibidang tersebut.

PERKEMBANGAN KEDAI KOPI DI INDONESIA

Kopi merupakan salah satu minuman yang banyak dikonsumsi di Indonesia. Kopi juga mempunyai peranan penting dalam kegiatan perekonomian Indonesia. Di era modern saat ini, banyak *coffe shop* yang diminati oleh para pebisnis, karena bisnis *coffe shop* merupakan salah satu usaha yang sifatnya santai dan banyak diminati oleh banyak orang. Kedai kopi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kebiasaan dan budaya menikmati kopi atau ngopi di kalangan masyarakat. Pamor dari kedai kopi ini semakin melejit sejak adanya film *Filosofi kopi* yang dirilis pada tahun 2015 silam yang kemudian menjadi asal-muasal menjamurnya kedai-kedai kopi modern di berbagai kota besar.

RUMUSAN MASALAH

- a) Apakah kedai kopi Enggal Sae dapat merespon permintaan pasar?
- b) Apakah kedai kopi Enggal Sae dapat membangun branding tempat ngopi yang asik dan nyaman untuk kalangan anak muda?
- c) Apakah kedai kopi Enggal Sae dapat menyesuaikan persaingan pasar dengan inovasi-inovasi yang ditawarkan?

TUJUAN PROYEK KEWIRAUSAHAAN

- a) Menyediakan tempat untuk berkumpulnya anak muda sambil menikmati sajian menu

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

kopi dan non kopi juga sajian makanan untuk menemani perbincangan sore hari.

- b) Mendapatkan pengalaman dalam dunia bisnis khususnya tentang bagaimana cara membangun, mengelola dan mempertahankan sebuah bisnis.
- c) Untuk memenuhi prasyarat kelulusan dalam memperoleh gelar strata satu pada studi Manajemen STIE YKPN.

KONTRIBUSI PROYEK KEWIRAUSAHAAN TERHADAP MASYARAKAT

- a) Menyediakan tempat untuk menikmati kopi sekaligus menjadikan tempat berkumpulnya masyarakat untuk saling bercengkrama satu dengan yang lainnya.
- b) Membantu mengenalkan produk kopi dengan cara memberi edukasi kepada masyarakat khususnya anak muda di desa Paliyan tentang kopi dan tata cara untuk memilih biji kopi yang baik dan mengajarkan tentang bagaimana membuat kopi yang baik dan benar.
- c) Secara menyeluruh kedai kopi Enggal Sae diharapkan akan menjadi sebuah produk dan brand yang berkontribusi baik terhadap masyarakat sekitar dengan menyediakan sajian kopi yang enak dan dibuat secara benar dan higienis tetapi dengan harga terjangkau serta memberikan ruang yang nyaman dan kondusif serta suasana yang asik untuk saling bertukar pikiran.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

PROFIL USAHA KEDAI ENGGAL SAE

Kedai Kopi Enggal Sae merupakan badan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang bergerak dibidang industri makanan dan minuman, kedai kopi Enggal Sae berfokus pada usaha penjualan di isdusri minuman khususnya kopi siap minum dengan berbagai jenis minuman kopi dan non kopi. Kedai kopi Enggal Sae didirikan pada tanggal 28 september 2024 di Gunungkidul. Kedai Enggal Sae terletak di kecamatan Paliyan, tepatnya berada di depan kantor kehutanan Paliyan.

PRODUK KEDAI KOPI ENGGAL SAE

Kedai Enggal Sae memiliki total 15 menu, yang terdiri dari 8 menu minuman kopi dan 3 non kopi juga 3 menu camilan. Kedai Enggal Sae memiliki menu kopi dengan berbagai varian rasa diantaranya adalah caramel, brown sugar, vanilla, spanish, americano, latte, mochacino dan matcha espresso, untuk varian menu non kopi adalah red velvet, matcha dan cokelat yang bisa disajikan hot ataupun ice agar bisa dinikmati semua kalangan.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ANALISIS SWOT



Pesaing merupakan faktor eksternal yang berpengaruh terhadap tingkat persaingan pasar. Untuk mengatasi hal ini, penulis menerapkan strategi dengan memilih lokasi kedai yang strategis, yakni berada di sekitar area yang menjadi pusat aktivitas seperti pasar, kantor pemerintahan desa atau kecamatan, dan sekolah. Kompetitor terberat kami adalah penjual esteh jumbo yang lebih dulu menguasai pasar yang terletak berdekatan dengan kedai kami dan harga yang cukup murah untuk menarik pelanggan.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

INTERNAL EKSTERNAL	STRENGTHS	WEAKNESSES
Opportunities	Belum adanya kedai kopi di daerah Paliyan maka membuka peluang bisnis yang baru, oleh karena itu kedai Enggal Sae merupakan kedai pertama yang berada di Paliyan yang menawarkan harga yang terjangkau.	Dengan keterbatasan tempat yang cukup kecil maka kami menawarkan dengan pilihan <i>take away</i> untuk konsumen yang ingin membeli produk kami, mengingat kedai Enggal Sae merupakan kedai pertama di Paliyan maka dengan banyaknya konsumen yang datang pilihan <i>take away</i> adalah solusi yang tepat untuk kami dan konsumen.
Threats	Untuk menghadapi ancaman dari pesaing kedai Enggal Sae mematok harga yang terjangkau dan melakukan inovasi dengan penambahan menu kopi varian baru berupa kopi susu yang dipadukan dengan syrup Hazelnut.	Walaupun kami memiliki keterbatasan tempat untuk menerima pembeli tetapi kami juga memberikan harga yang terjangkau dan tergolong sepadan dengan apa yang diperoleh dari produk kami.

EKSPLORASI KREATIVITAS

Kreativitas sangat penting karena dapat membantu kita dalam mengeksplor dan menyelesaikan masalah saat beradaptasi dengan perkembangan zaman yang pesat saat ini serta membantu untuk beradaptasi dengan lingkungan yang baru.

MANAJEMEN PEMASARAN

Manajemen pemasaran di kedai Enggal Sae memiliki seseorang yang dikhususkan untuk menganalisis dan merancang rencana untuk mencapai target pemasaran penjualan. Tim pemasaran bertanggung jawab untuk mengoptimalkan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

kombinasi strategi yang paling sesuai untuk diterapkan dalam strategi pemasaran kedai Enggal Sae.

MANAJEMEN OPERASI

Efisiensi dan efektifitas dalam hal pengelolaan proses produksi, distribusi, dan layanan meliputi perencanaan, pengendalian mutu, persediaan, kualitas, harga, jadwal, kinerja, dan keselamatan. Kemudian menjadikan output yang optimal serta dapat menjadi sarana kepuasan pelanggan. Oleh sebab itu manajemen operasi secara keseluruhan dapat menjadi hal yang sangat penting akan kelancaran dan kesuksesan dalam mengoptimalkan efisiensi, efektifitas, kualitas, kepuasan pelanggan, dan membangun citra yang baik dengan kompetitor yang semakin kompetitif dalam persaingan pasar.

MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA

Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM) adalah serangkaian strategi dan pendekatan yang dirancang untuk mengembangkan potensi sumber daya manusia di dalam suatu organisasi serta memberikan pembinaan kepada karyawan secara berkelanjutan. Fungsi utama manajemen SDM adalah memastikan bahwa karyawan tidak hanya memiliki keterampilan yang memadai tetapi juga dilengkapi dengan pengetahuan yang relevan untuk mendukung tanggung jawab kerja mereka.

Selain itu, manajemen SDM bertujuan untuk menciptakan lingkungan kerja yang kondusif, memotivasi karyawan agar dapat bekerja dengan produktivitas tinggi, serta memastikan bahwa kemampuan mereka terus berkembang sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

MANAJEMEN KEUANGAN

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

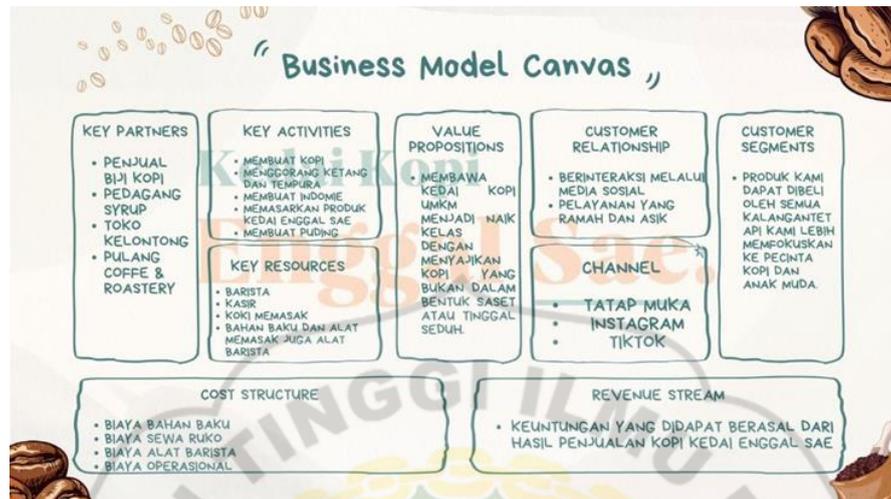
Dalam rangka pemenuhan tujuan suatu organisasi, manajemen keuangan sangat berperan penting untuk memaksimalkan nilai pada suatu organisasi atau perusahaan juga dapat memaksimalkan keuangan perusahaan. Untuk mencapai tujuan organisasi atau perusahaan, divisi manajemen keuangan wajib untuk melibatkan perencanaan, alokasi dana, pengendalian dana, mengelola sumber daya, pengawasan, pengendalian, mengelola risiko, mengelola arus kas, pengawasan akuntansi, dan mengatur hubungan external.

MANAJEMEN PERUSAHAAN DAN INOVASI

Manajemen inovasi adalah suatu proses yang melibatkan penerapan perubahan untuk memperbarui produk, dengan tujuan meningkatkan kualitas sehingga mampu bersaing secara lebih efektif dengan para kompetitor. Definisi inovasi adalah suatu ide, praktek, gagasan, atau objek yang disadar dan diterima sebagai suatu hal yang baru oleh seseorang atau organisasi untuk diadopsi (Rogers, Singhal, & Quinlan, 2014). Suatu perusahaan, dalam menciptakan ide-ide yang segar juga penyusunan suatu gagasan dan strategi memerlukan adanya peran penting manajemen inovasi. Karena keberadaan, juga ide yang terbaru tersebut harus diatur dengan matang juga harus dijalankan dengan baik dan sistematis agar memiliki struktur yang baik untuk mewujudkan ide-ide dan gagasan yang terbaru tersebut.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

BUSINESS MODEL CANVAS



INOVASI PRODUK

Kedai kopi Enggal Sae membuat inovasi dan menciptakan menu baru minuman kopi yang dipadukan dengan minuman non kopi yang akan dijual diantaranya adalah red velvet espresso, lemon espresso, matcha espresso, dan moccachino yang banyak di pesan oleh pelanggan kami. Perbedaan dengan kopi yang lain adalah terletak pada penambahan powder yang biasa digunakan sebagai minuman *milk base* seperti red velvet, coklat, dan matcha juga penambahan lemon yang dipadukan dengan espresso yang terasa lebih menyegarkan saat diminum. Diharapkan dengan adanya inovasi varian menu yang memiliki keunikan ini dapat menjadikan pengalaman baru dalam cara menikmati kopi.

MANAJEMEN PEMASARAN

Manajemen pemasaran memiliki peran yang sangat penting dalam mempromosikan dan memasarkan produk kepada konsumen. Di era yang sekarang dimana semua serba digital, strategi pemasaran melalui media sosial tiktok dan instagram menjadikan salah satu pendekatan yang paling efektif dan efisien. Melalui

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

pemanfaatan media sosial, Kedai Enggal Sae dapat berkomunikasi secara lebih dekat dengan konsumen, sekaligus menarik perhatian audiens yang lebih luas. Strategi ini tidak hanya relevan, tetapi juga sangat efektif dalam menyesuaikan diri dengan tren dan preferensi masyarakat modern yang semakin bergantung pada teknologi digital. Oleh karena itu, pemasaran melalui media sosial menjadi salah satu kunci untuk menjaga daya saing bisnis di era digital.

ALUR PRODUKSI



proses produksi kedai Enggal Sae mulai dari pembelian bahan baku kemudian lanjut ke proses- proses lainnya hingga menjadi produk jadi yang siap diterima oleh konsumen.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA



Kedai engal sae saat ini tidak memiliki karyawan, sehingga seluruh operasional dan proses produksi kopi dilakukan secara langsung oleh penulis bersama partner. Karena kedai masih dalam tahap perintisan, kami memutuskan untuk tidak mempekerjakan karyawan dalam aktivitas harian kami.

Investasi Awal

Nama Barang	Qty	Harga satuan	Jumlah
Mesin Kopi	1	Rp 3,600,000.00	Rp 3,600,000.00
Grinder	1	Rp 1,000,000.00	Rp 1,000,000.00
Gelas&Piring	40	Rp 7,000.00	Rp 280,000.00
Sendok&Garpu	20	Rp 1,000.00	Rp 20,000.00
Sewa Ruko	1 tahun	Rp 3,500,000.00	Rp 3,500,000.00
Menaikkan daya PLN	1	Rp 1,700,000.00	Rp 1,700,000.00
Furniture	1 set	Rp 5,500,000.00	Rp 5,500,000.00
Service Kulkas	1	Rp 850,000.00	Rp 850,000.00
kabel&lampu		Rp 1,200,000.00	Rp 1,200,000.00
Alat Masak	3	Rp 76,000.00	Rp 228,000.00
kompot	1	Rp 435,000.00	Rp 435,000.00
		Total	Rp 18,313,000.00

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Investasi awal yang digunakan untuk membangun bisnis kedai kopi Enggal Sae menghabiskan dana sebesar Rp 18.313.000 (delapan belas juta tiga ratus tiga belas ribu rupiah)

Modal Awal

BIAYA BAHAN BAKU				
Gula Pasir	kg	6	Rp17,500	Rp105,000
Air Mineral	galon	7	Rp7,000	Rp49,000
Biji kopi	kg	8	Rp140,000	Rp1,120,000
Susu	pcs	24	Rp18,000	Rp432,000
Syrup	botol	5	Rp80,000	Rp400,000
Powder coklat	kg	4	Rp65,000	Rp260,000
Powder Red Velvet	kg	3	Rp65,000	Rp195,000
Powder lemon	kg	5	Rp65,000	Rp325,000
Es Kristal	plastik	8	Rp10,000	Rp80,000
			SUB TOTAL	Rp2,966,000
BIAYA TENAGA KERJA				
Tenaga operasional	orang/bulan	3	Rp850,000	Rp2,550,000
BIAYA OVERHEAD				
Listrik	bulan	1	Rp200,000	Rp200,000
PDAM	bulan	1	Rp20,000	Rp20,000
				Rp220,000
			SUB TOTAL/bulan	Rp8,702,000
			TOTAL/3 BULAN	Rp26,106,000
Initial Cash Outflow (ICO) Rp 44,419,000.00				

Modal awal yang yang dikeluarkan sebesar Rp 44.419.000 (empat puluh empat juta empat ratus sembilan belas ribu rupiah) modal tersebut meliputi biaya investasi awal dan biaya operasioanl selama 3 bulan kedepan terhitung setelah *soft opening* kedai Enggal Sae.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

HPP

	HPP (PCS)	HARGA JUAL
AMERICANO	Rp4,500	Rp10,000
LATTE	Rp5,500	Rp12,000
MOCHACINO	Rp6,600	Rp13,000
HAZELNUT	Rp7,000	Rp13,000
VANILLA	Rp7,000	Rp13,000
CAMEL	Rp7,000	Rp13,000
BROWN SUGAR	Rp7,000	Rp13,000
RED VALVET	Rp6,000	Rp13,000
MATCHA	Rp5,800	Rp13,000
LEMON	Rp3,400	Rp10,000
MATCHA ESPRESSO	Rp8,800	Rp15,000
VELVET ESPRESSO	Rp8,500	Rp15,000
LEMON ESPRESSO	Rp6,400	Rp15,000

Tabel diatas dapat diartikan sebagai berikut:

- Kolom HPP ini mencantumkan harga pokok produksi (biaya produksi per unit) untuk setiap minuman dalam bentuk satuan rupiah. Ini menunjukkan biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi satu porsi dari setiap minuman.
- Kolom harga jual ini mencantumkan harga jual per unit dari setiap minuman kepada konsumen, juga dalam satuan rupiah. Harga jual ini biasanya telah mencakup margin keuntungan di atas HPP.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

LAPORAN LABA RUGI

28sep-28okt			
Hari/tanggal	Penjualan	Pengeluaran belanja	Laba Kotor
sabtu 28 september	Rp 5,267,004.00	Rp 2,410,909.00	Rp 2,856,095.00
Minggu	Rp 2,518,082.00	Rp 405,000.00	Rp 2,113,082.00
Selasa	Rp 2,558,800.00	Rp 487,000.00	Rp 2,071,800.00
Rabu	Rp 2,150,720.00	Rp 541,000.00	Rp 1,609,720.00
Kamis	Rp 1,807,690.00	Rp 207,000.00	Rp 1,600,690.00
Jumat	Rp 1,944,000.00	Rp 138,000.00	Rp 1,806,000.00
		Jumlah	Rp 12,057,387.00

29 okt-30 nov			
Hari/tanggal	Penjualan	Pengeluaran belanja	Laba Kotor
selasa 29 oktober	Rp 1,521,000.00	Rp 477,500.00	Rp 1,043,500.00
Rabu	Rp 1,427,500.00	Rp 437,670.00	Rp 989,830.00
Kamis	Rp 892,000.00	Rp 299,558.00	Rp 592,442.00
Jumat	Rp 1,632,000.00	Rp 227,570.00	Rp 1,404,430.00
Sabtu	Rp 2,255,909.00	Rp 155,000.00	Rp 2,100,909.00
Minggu	Rp 2,524,000.00	Rp 420,000.00	Rp 2,104,000.00
		Jumlah	Rp 8,235,111.00

Periode 28 September sampai dengan 28 Oktober 2024 kedai Enggal Sae memperoleh total penjualan sebesar Rp 16.242.292 juta rupiah, jika dikurangi dengan pengeluaran belanja maka dalam sebulan kedai Enggal Sae mendapatkan laba kotor sebesar Rp 12.057.387 juta rupiah dan jika dihitung laba bersih dengan keuntungan sebesar 50% dari harga pokok penjualan dari setiap produk sebesar Rp 6.028.693.50 juta rupiah. Sedangkan untuk Periode 29 Oktober sampai dengan 30 November 2024 kedai Enggal Sae memperoleh total penjualan sebesar Rp 10.252.409 juta rupiah, jika dikurangi dengan pengeluaran belanja maka dalam sebulan kedai Enggal Sae mendapatkan laba kotor sebesar Rp 8.235.111 juta rupiah dan jika dihitung laba bersih dengan keuntungan sebesar 50% dari harga pokok penjualan dari setiap produk sebesar Rp 4.117.555.50 juta rupiah.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

CASH FLOW

Estimasi penjualan dimasa yang akan datang

	2025	NAIK 10% 2026	NAIK 15% 2027
ESTIMASI PENJUALAN (PCS)	7800	8580	9867
ESTIMASI PENJUALAN (Rp)	Rp101,400,000	Rp111,540,000.000	Rp128,271,000.000
HPP	Rp50,700,000	Rp55,770,000.000	Rp64,135,500.000
LABA KOTOR	Rp50,700,000	Rp55,770,000.000	Rp64,135,500.000
BIAYA PEMASARAN	Rp5,000,000	Rp6,000,000	Rp7,000,000
LABA BERSIH	Rp41,800,000	Rp45,480,000	Rp52,202,000
CATATAN:			
Omset penjualan < Rp500.000.000 maka pajak usaha 0% (belum diperhitungkan)			

Estimasi penjualan dimasa yang akan datang diharapkan ada kenaikan penjualan pada setiap tahunnya sehingga dapat menaikkan laba bersih yang lebih stabil dan cenderung meningkat. Hasil dari tabel estimasi penjualan dimasa yang akan datang tersebut dapat dilihat bahwa omset penjualan yang kurang dari 500 juta rupiah maka tidak dikenakan biaya pajak usaha atau belum diperhitungkan.

Pay Back Periode

Tahun	Cash Flow	Cash Flow cumulative
0	-Rp 44,419,000.00	-Rp 44,419,000.00
1	Rp 41,800,000.00	Rp 41,800,000.00
2	Rp 45,480,000.00	Rp 87,280,000.00
3	Rp 52,202,000.00	Rp 139,482,000.00
PBP		1.2 Tahun
$PBP = a + (b-c)/d$		1.2

Berdasarkan tabel *Pay Back Periode* yang ditampilkan, dapat dijelaskan bahwa waktu yang diperlukan oleh kedai Enggal Sae untuk mencapai titik impas atau *Break Even Pont* (BEP) adalah kurang dari satu tahun. Secara lebih spesifik, kedai Enggal Sae membutuhkan waktu selama 1 tahun 2 bulan atau

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

secara rinci membutuhkan waktu 14 bulan untuk menutupi seluruh biaya investasi awal dari pendapatan yang diperoleh. Hal ini menunjukkan efisiensi dan potensi keuntungan usaha yang sangat baik, karena dalam waktu yang 14 bulan bisnis kedai kopi Enggal Sae sudah mampu menghasilkan keuntungan setelah semua biaya operasional dan modal awal sudah terpenuhi.

NPV & IRR

TAHUN	CASH FLOW	PRESENT VALUE
0	-Rp 44,419,000.00	-Rp 44,419,000.00
1	Rp 41,800,000.00	Rp 39,433,962.26
2	Rp 45,480,000.00	Rp 40,477,038.09
3	Rp 52,202,000.00	Rp 43,829,805.81
NPV	Rp 79,321,806.17	6%
IRR	84%	

1. NPV sebesar Rp 79.321.806,17 berpengaruh positif yang menandakan bahwa proyek ini layak untuk dijalankan.
2. IRR sebesar 84% menunjukkan bahwa tingkat pengembalian yang sangat tinggi jauh melampaui tingkat diskonto (6%).
3. Proyek ini direkomendasikan untuk dilanjutkan karena menghasilkan keuntungan yang cukup signifikan.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

KESIMPULAN

1. Fokus Usaha: Proyek kewirausahaan ini bergerak di sektor makanan dan minuman, khususnya usaha kedai kopi.
2. Daya Tarik Bisnis Kedai Kopi: Kedai kopi memiliki daya tarik yang luas, terutama di kalangan pelajar dan mahasiswa.
3. Peluang Lokasi: Kota Yogyakarta, dengan budaya dinamis dan tingginya jumlah pendatang, memberikan peluang besar untuk pengembangan bisnis kopi.
4. Jam Operasional: Kedai Enggal Sae beroperasi setiap hari kecuali Senin, dari pukul 16.00 hingga 24.00 WIB.
5. Pengelolaan Bahan Baku: Pemeriksaan rutin ketersediaan bahan baku dilakukan sebelum kedai buka.
6. Strategi Pemasaran: Strategi pemasaran yang dilakukan kedai Enggal Sae edia sosial, seperti Instagram dan TikTok, digunakan sebagai platform utama promosi untuk menjangkau pasar yang lebih luas.
7. Rencana Pengembangan: Rencana kerja sama dengan pegiat kuliner lokal atau food vlogger untuk meningkatkan visibilitas bisnis.
8. Industri yang Stabil: Bisnis makanan dan minuman relatif stabil karena merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia.
9. Adaptasi dan Inovasi: Pelaku usaha perlu terus beradaptasi dengan perkembangan zaman dan meningkatkan kualitas produk serta strategi bisnis secara berkelanjutan.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

SARAN

Apabila menjalankan ingin melaksanakan proyek kewirausahaan, langkah awal yang sangat penting adalah menyusun rencana bisnis yang jelas, terstruktur, dan spesifik. Rencana bisnis ini harus mencangkup tujuan yang ingin dicapai, target yang ditetapkan, strategi pemasaran yang digunakan, serta anggaran keuangan yang terperinci. Rencana bisnis yang baik akan menjadi pedoman dalam mengambil keputusan dan menentukan arah perkembangan bisnis kedepan. Bagi yang ingin menjadi wirausahawan dapat menjadikan laporan ini sebagai refrensi untuk kejenjang yang lebih serius.

DAFTAR PUSTAKA

- Julyanthry, siagian, V., Asmeati, Hasibuan, A., Simanullang, R., Pandarangga, A. P., . . . Syukirah, E. A. (2020). *Manajemen Produksi dan Operas*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Rogers, E. M., Singhal, A., & Quinlan, M. M. (2014). *Diffusion of innovations. In An integrated approach to communication theory and research*. London: Routledge.
- Sinambela, L. P. (2021). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Membangun tim kerja yang solid untuk meningkatkan kinerja*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen pemasaran*. Jember: Pustaka Abadi.
- Suriyanti, & Hamzah, F. F. (2023). *Buku Referensi Manajmen Keuangan*. Jawa Tengah: Eureka Media Aksara.
- (Sinambela, 2021)Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Market Targeting*. Jakarta: Erlangga.
- Zainuddin, M. Z., Baso, M. N., & Luki, Y. (2023). Strategi Penerapan Segmentasi, Targeting, Positionong pada PT. Kumala Motor Sejahtera Abadi Kendari. *Sultra Journal of Economic and Business*, 86-97.